

# RISET PAGE BUSINESS

kalau di runut urutannya di bagi beberapa method

- riset pasar
- riset produk
- riset pesaing
- riset placemmet
- riset peluang/oportunity

## 1.riset pasar

- > intinya slama ada orang yang cari maka itu peluang
- > cari daerah yang trend biasanya pake gt-google trend
- > bedakan pasar offline dan online
- >ukur kemampuan, sumber daya, tenaga dan modal
- > pasar potensial adalah banyak permintaan sedikit penawaran artinya apa selama ada permintaan pasar maka isi permintaan pasar jangan terlalu memaksakan ekspansi pasar bila modal belum kuat
- =>oke...terus pasar ideal seperti apa
- "tinggi permintaan sedikit penawaran"

## 2 .riset produk

ada 3 pertanyaan yg musti anda jawab

- apa keunggulan/value added produk anda
- kenapa orang harus "beli" produk kita
- bagaimana produk pesaing

contoh=inner neck saya

- kelebihan/value added nya yaitu
  - >jaitan rapi dengan over deck
  - >bentuk selesa meskipun 1000x washing
  - >bahan twotone lebih dingin
  - >ada 60 jenis warna

->anti tembam

->tmpak bujur

kenapa harus beli

kerana artis datin puan siti nurhaliza brand ambasadornya dan harga terjangkau

3.risetpesaing

biasanya saya bedain kelasnya yaitu

-apa kelebihan prduk mereka

-berpa hrganya

-siapa ajah pelanggannya

-copy writingnya

dll

dulu sy agak pede ketika awal launching inner neck di malaysia ....kenapa jujur itu produk gagal saya

hingga bingung mau d buang kemana dan alhmdulillah sejak 2012 pasar kami bertahan

kerana terus inovasi ....hingga ada 14 model varian selalu pelajari pesainng dan trend pasar

knpa sy bilang gagal ....waktu itu sy bawak hampir 40 kodi lebih sekitar 800 pc....mateng aku...gimana  
ngak kalut produk baru di pasar dan di tolak buyer .mau bawak balik ...berarti sy kalah sebelum perang

alhmdulillah....nekat buka lapak off line - pkl an (kalok d malaysia di cakap...bazaar kalok kita pkl)

waktu itu nekat gelar lapak padahal ngak ngerti bahasa melayu.....pake bahasa tarzan ...merka ngerti  
bhasa indo tp pas ngomong kadang sayhnya salah tangkap...kalok inget malu sayah

dan alhmdulillah sy andalkan keunikan produk saya dalam waktu tempo 3,5 jam ludes tnpa sisa

dan dapat mitra buyer yang amanah

so,..kesimpulannya tak ada barang yang ngak bisa dijual tapi bagaimana kita menyajikannya

4. Riset Placement/tempat/lokasi

sebagai adviser kadang saya terkadang melupakan behaviour/kebiasaan .Di dalam fb ads ada yang biasa  
kita sebut demografi bila kita ulik lebih lanjut ada tempat tersembunyi yaitu behavior/kebiasaan.

misal di malysia kebiasaan minum teh kurang itu kenapa prduk sos\*\* kurang di kenal d malaysia

kerana terbiasa minum teh tarik d pagi hari dan tehnya pekat

soo....faktor bahviour juga perlu dapat perhatian

5.riset peluang

jangan berkecil hati kalau produk kita d pandang sebelah mata juga pantang menyerah bila belum dapatkan pola psarmya. Di setiap peluncuran model baru saya terkadang ketar ketir kalau dagangan saya tidak laku. selalu split test dan scale up cari winning campaign

yg sy pegang selalu

-prioritas

utamakan pilihan lebih penting, terkadang juga sy kesulitan dalam menntkn prioritas apa sy pentingkan.... apa sy pentingkan orang banyak tau produk saya ....atau banyakin closing penjualan

prtanyaannya kalau orang tidak kenal maka apa banyak klosingan atau orang sedikit cukup lah buat jualan yang penting laku...pilihan d tngan anda

-fokus

branding atau closing

branding-> pilih interest umum

contoh=hijab

closing-> pilih intersst khusus

contoh=daileman jilbab